

centre-ville



en mouvement

www.centre-ville.org

RENOUVELER LE COMMERCE DE PROXIMITÉ DANS LES QUARTIERS

Cahier des charges préparatoire à l'Appel à projets
« **Cœurs de quartiers en mouvement** »

Présentation du dispositif le 26 juin 2008 lors de la Rencontre Nationale
« Ville&Commerce : vers une nouvelle dynamique »
En présence de Christine BOUTIN Ministre du logement et de la ville

La mise en oeuvre de l'appel à projets est réalisée par
Centre-Ville en Mouvement et ses partenaires.

Avec le soutien de



ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE



et nos partenaires



enseignes du groupe **carrefour**

Marché Plus **8ÀHUIT**



LE CONTEXTE

Cette présentation est notamment inspirée du rapport « Un commerce pour la ville » de Robert Rochefort, directeur général du CREDOC (février 2008).

► Les villes et les centres-villes

La ville, et particulièrement le centre-ville, sont des lieux d'échanges marchands, culturels et sociaux. Au cours des dix dernières années, une reconquête des cœurs de ville s'est développée dans beaucoup de grandes agglomérations. La redynamisation commerciale a activement contribué à ce succès. Grâce en particulier à des politiques locales ambitieuses en matière de transports, d'espace public, de patrimoine, le centre-ville est resté ou redevenu un lieu de créativité commerciale incomparable : de nouveaux concepts, répliqués sur nombre de villes ou bien « lieux uniques » imaginés par des commerçants locaux, ont fleuri ; des centres et galeries marchandes de centre-ville apportant innovation et émulation ont aussi été réalisés dans bien des villes grandes ou moyennes, renouvelant quelquefois de manière décisive l'attraction commerciale du centre de nos cités.

Beaucoup d'enseignes de distribution spécialisées à forte notoriété ont jugé indispensable et rentable de disposer de boutiques et de vitrines dans ces centres-villes et plus seulement dans les grands centres commerciaux de périphérie.

► Les quartiers en périphérie

En contrepoint de ces évolutions positives au centre-ville, les quartiers périphériques ont connu dans leur ensemble des phénomènes de déprise commerciale et économique.

Ces quartiers à l'instar des centres-villes, voudraient être des lieux d'échanges marchands culturels et sociaux,. Mais des problèmes d'échelle, de distance (habitat-commerces), de taille des équipements commerciaux et de sécurité se posent. Les études menées, en particulier par les CCI, mettent en évidence la vétusté de beaucoup de commerces de proximité dans ces territoires et, la très forte concurrence exercée par les grands centres commerciaux.

Les fonctions commerciales de proximité (première nécessité, services de tous les jours) et d'autres, plus rares, qui s'épanouissaient avant dans les faubourgs, se sont raréfiés.

La polarisation croissante d'hypermarchés en périphérie des agglomérations a globalement abouti à appauvrir la mixité des activités, l'accessibilité de la population aux commerces et à allonger des distances habitat - commerce.

Cela est particulièrement vrai dans les quartiers fragiles où, malgré de nombreuses incitations, le tissu commercial et artisanal reste faible et bien souvent continue à s'appauvrir.

Non seulement la densité des établissements de commerces y est inférieure à celle constatée dans les autres territoires urbains, mais leur longévité y est également moindre.

Les effets conjugués du changement de mode de vie des habitants et de l'absence cruelle de repreneurs pour les fonds commerciaux et artisanaux (liées à la concurrence des grands pôles de périphérie) entraînent des dégradations de la vie économique et sociale qui risquent de s'aggraver.

La raréfaction des commerces et leur manque de diversité renforcent l'image dégradée de ces quartiers.

Les problèmes de sécurité affectent souvent en priorité les commerces de proximité, ce qui ne facilite pas la démarche des repreneurs.

Les marchés de plein vent sont un atout de ces quartiers. Près de 92 % des ZFU en sont équipées. Il arrive que certains de ces marchés, à composante ethnique, attirent des clients venant de très loin. Il n'est pas rare dans les quartiers importants, que ces marchés regroupent plus de 100 professionnels.

Dans quelques cas, des opérations de grande envergure ont été menées pour implanter de nombreux commerces dans certains quartiers.

Ainsi à Calais, la ZFU "Le Beau Marais", qui regroupe 16 000 habitants accueille depuis 1973, un centre commercial avec un hypermarché de 8000 m² et 74 commerces.

A Roubaix la déprise du centre-ville et des quartiers anciens a été stoppée grâce à des programmes commerciaux et de loisirs ambitieux (centre commercial incluant un hypermarché en plein centre, multiplexe, centre de magasins de marque).

Les actions de revitalisation commerciale dans ces quartiers doivent être réfléchies et accompagnées (formation, promotion, reprise de fonds mode d'emploi etc...).

L'EPARECA joue un rôle clé, mais ne peut pas traiter les trop nombreuses sollicitations.

Le commerce est un élément constitutif de l'identité du quartier, comme de la ville, décisif pour la qualité de la vie, capital dans le ressenti des habitants. Dès lors que ces quartiers perdent des commerces de base comme la presse, la boucherie charcuterie etc...et que le commerce devient trop spécialisé ou trop ethnique pour satisfaire l'ensemble de la population, les équilibres urbains et sociaux sont menacés. Dans les quartiers fragiles comme ailleurs, la population vieillit, rendant d'autant plus nécessaire le maintien ou la réintroduction d'une desserte commerciale et de services de proximité.

Toutefois le consensus d'une ville et de quartiers plus durables, existe, où l'accès aux services publics et privés doit être facilité, où l'échelle du quartier et de la proximité soit mieux prise en compte.

Les talents et les énergies, ainsi que les relais financiers sont là pour que soit mieux organisée la reprise des fonds mais aussi l'innovation commerciale et les initiatives de développement économique.

► *Une étude menée par la DCASPL (Direction du Commerce, de l'Artisanat, des Services et des Professions Libérales) montre que l'offre commerciale en Zone Franche Urbaine est particulièrement faible :*

- *Les commerces alimentaires dominant largement dans ces zones (70% des magasins présents), suivis par les magasins spécialisés de textile (11%), de bricolage (5%), de beauté santé (5%).*
- *Le hard discount est également très présent dans ces quartiers : 53% des grandes surfaces alimentaires appartiennent à cette catégorie.*
- *Parmi les très nombreux commerces de moins de 300m² figurent beaucoup de services : restaurants, cafés, tabacs, blanchisseries, salons de coiffure...*

Enfin, il existe une plus grande diversité dans l'offre commerciale présente dans les ZFU de province que dans celles de la région parisienne.

LES OBJECTIFS

Pour mieux réussir à restaurer les dynamiques commerciales et artisanales dans nos quartiers, nous devons essayer, comme cela a si bien réussi dans de nombreux centres-villes, de conjuguer davantage innovation et véritable mobilisation de l'ensemble des acteurs compétents, et en particulier d'associer davantage les entreprises du commerce et de la distribution. Ceci tout en s'engageant à préserver l'approvisionnement auprès d'agriculteurs locaux et la diversité de l'artisanat du terroir.

Partageant cette conviction, l'Association Centre-Ville en Mouvement et ses partenaires proposent d'animer un groupe de travail qui réfléchira à de nouveaux concepts d'espace commercial durable et dynamique au cœur des ZUS. Grâce à la convergence des énergies et des atouts, les acteurs publics et privés de ce groupe pourront être de véritables « démonstrateurs » de ce qu'il est possible de faire pour relancer le commerce et l'artisanat dans nos quartiers. Ils amorceront ainsi une vraie dynamique.

LE PRINCIPE DE L'APPEL A PROJETS

Cette démarche innovante et la mobilisation partenariale nous amènent à lancer cet appel à des projets novateurs.

Nous proposons donc à des équipes de se constituer pour bâtir des projets et des programmes de pôles commerciaux de proximité qui devront s'efforcer d'être mieux disant sur les registres suivants :

- innovation commerciale,
- services aux habitants,
- qualité urbaine et développement durable,
- accueil et encouragement de jeunes entrepreneurs (commerce, artisanat, services),
- conduite partenariale et participative du projet
- recherche des bonnes pratiques en logistique d'approvisionnement de stockage et de livraisons

Nous appelons les entreprises du commerce et de l'artisanat, et en particulier des Enseignes nationales présentes dans nos cœurs de ville à s'engager à nos côtés pour construire et développer cette expérimentation à l'échelle d'un quartier.

L'engagement d'enseignes nationales est à nos yeux un impératif, parce qu'elles sont organisées pour innover. Le but est de convaincre 12 à 15 marques de s'implanter dans ces quartiers en y développant leur propre enseigne de magasin, soit en créant un concept de boutique innovante. Il en est de même pour certains services publics, comme La Poste, dont la présence est indispensable dans la vie quotidienne des habitants de ces quartiers.

Après la signature de l'engagement de ces entreprises le 26 juin, lors de la journée « Ville&Commerce » nous proposerons des réunions pour travailler sur le projet et le concept de « Cœurs de quartiers en mouvement »

Seront associés à ce groupe de travail des acteurs publics et consulaires concernés comme le Ministère du Logement et de la Ville avec la DIV, la CDC, l'EPARECA, l'ANRU, l'ACSé, le Ministère de l'Ecologie, du Développement et de l'Aménagement Durable avec la DRAST, Le Certu, le LET mais aussi l'ACFCI, l'APCM, l'ADEME ainsi que des associations qui travaillent sur ces problématiques comme l'ADIE.

L'OBJECTIF DE L'APPEL A PROJETS « Cœurs de quartiers en mouvement »

Créer un lieu innovant, commercial, artisanal et de service au cœur de quartiers en ZUS, ZUF ou faisant partie des quartiers de la politique de la ville.

L'association et ses partenaires s'emploieront à partager les expérimentations et à encourager leur déclinaison en mettant tous les moyens en œuvre pour leur réussite.

LE PRINCIPE DE RÉALISATION DE L'APPEL A PROJETS

Après concertation avec des spécialistes des artisans et des enseignes, l'idée est de concevoir :

- un espace commercial de type grande place du village, qui regroupe au moins 12 commerçants divers, de taille variable, allant d'un commerce traditionnel de 100 m² à un petit supermarché de 500 m². Ces 12 commerces seraient créés et gérés par des enseignes nationales et/ou des artisans commerçants de la ville partenaire ayant déjà une implantation locale (par exemple un boulanger de centre-ville) ;
- Quelques cellules type kiosque pourraient accueillir des commerçants non sédentaires. La signature de partenariats avec des supermarchés et hypermarchés de la périphérie, prêts à commercialiser certains types de produits frais (pour lesquels un commerce sédentaire ne serait pas viable économiquement, par exemple un étal de poissonnerie) pourrait être envisagée ;
- Trois autres cellules, voire plus, seront réservées à des créateurs d'entreprise du quartier, de type « micro entreprise » : il pourront être accompagnés par l'ADIE, association spécialisée dans ce domaine. A noter que dans ce type de quartier, de nombreuses personnalités sont prêtes à entreprendre, avec des idées et du talent ;
- D'autres cellules devront également être prévues en lien avec les collectivités et les entreprises publiques pour accueillir des services publics tels La Poste, une mairie de quartier, une médiathèque... ;
- Un projet de services devra être élaboré pour accompagner ce concept, intégrant par exemple la livraison à domicile des courses, l'accompagnement des personnes ou encore l'animation des lieux.

- La gestion du projet nécessitera une attention soutenue : un poste de manager de centre-ville à mi-temps devra être créé pour coordonner les actions et la vie de cet espace, ainsi que son animation (La deuxième partie du mi-temps pourrait être consacrée aux autres quartiers et au centre-ville de la ville afin de donner une cohérence au poste).
- Une place importante devra être consacrée à l'innovation en termes de récupération des déchets et d'emballages au cœur même de l'espace commercial, ainsi qu'à l'information concernant l'équilibre nutritionnel (notamment sur la lutte contre l'obésité).
- Une attention particulière devra être apportée aux questions posées par l'approvisionnement des commerces de cet espace. La recherche de véhicules propres ainsi que l'optimisation des flux de marchandises pourrait être privilégiées. La mutualisation des outils logistiques nécessaires au fonctionnement commercial de cet espace urbain pourrait également être progressivement mise en œuvre (véhicules propres de livraison, lieu et gestion des stocks, gestion des déchets et services à la personne comme le portage à domicile)

LES IMPÉRATIFS DE QUALITÉ

Le concept de cet espace commercial et de vie « cœur de quartier en mouvement » devra être réellement ouvert sur le quartier et participer à sa valorisation. Sa construction ou la réhabilitation totale d'un lieu existant tiendra compte des normes de haute qualité environnementale (énergie solaire, récupération des eaux, récupération de la chaleur des fours pour la boulangerie gestion des déchets et récupération des emballages ...).

L'appel à projet devra comporter un volet social et d'encouragement de l'initiative économique élaboré en partenariat avec les réseaux ou acteurs de l'insertion et de l'initiative économique.

L'appel à projets devra notamment comporter un volet recrutement et formation de personnes du quartier et leur offrir des perspectives d'évolution professionnelle, éventuellement en dehors du quartier.

La conduite du projet devra être exemplaire et être dotée des moyens adéquats.

Un engagement de durée du projet de 3 ans devra être pris par les enseignes et les commerçants.

La mobilité et l'accès à cet espace par les transports en commun devront être favorisés. Les déplacements des marchandises devront être mesurés et pris en compte afin de créer une cohérence en lien avec les commerces des autres quartiers et du centre-ville.

INNOVATION ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

Innovation et nouvelles technologies devront être au cœur de chaque projet, pour renforcer le modèle économique de la structure, l'attractivité et la viabilité des commerces (exemple : mise en réseau du centre commercial, de l'espace commerçant, lien entre les services proposés, vente à distance).

LE RÔLE DES COLLECTIVITÉS PARTENAIRES

Les villes qui souhaiteront accueillir un projet « Cœurs de quartiers en mouvement » devront prendre en charge (par l'intermédiaire d'une SEM pour avoir la maîtrise du foncier en lien avec les offices HLM concernés) la conception et la réalisation des espaces publics et équipements de desserte (parkings,...) selon un programme articulé avec un projet urbain global pour le quartier ou le secteur retenu pour l'implantation.

Les collectivités locales devront également s'engager à participer au projet de gestion du site ainsi qu'au dispositif d'animation sociale et économique.

Les collectivités devront rechercher un montage qui assure des loyers modérés aux cellules commerciales.

Les projets dans leur intégralité seront soumis à des demandes de subventions européennes, nationales ou régionales, afin que la collectivité ne supporte pas seule le coût de l'action.

La présence des organismes d'Etat comme la DIV, l'EPARECA, l'ANRU, l'ACSé, l'ADEME, la DRAST...aux réunions de travail « Cœur de quartier en mouvement » permettra de faciliter l'implication des partenaires financiers.

PROPOSITION D'AGENDA

-Du 1^{er} au 26 juin : Recherche de partenaires publics et privés souhaitant s'associer au travail sur cet appel à projets

- 26 juin : Lancement officiel du groupe de travail de l'appel à projets en présence de Christine Boutin, Ministre du Logement et de la Ville et signature des partenaires souhaitant s'y associer.

- Courant juillet : Première rencontre avec le groupe de travail au Ministère du logement et de la ville présidé par le Ministre

- Entre septembre et octobre : 2 à 3 visites de terrain et de quartiers permettant de mieux saisir les enjeux du projet

- De septembre à novembre : réunions de travail et rencontres avec des élus s'intéressant au projet

- Du 15 novembre au 1^{er} décembre : Rédaction des concepts

- 4 décembre, lors des 3èmes Assises Nationales : Présentation des concepts et mise en relation avec des maires intéressés
- De décembre à avril 2009 : Travail sur place avec les élus et les techniciens associés pour imaginer le concept intégré au quartier
- Avril 2009 : Choix définitif du groupe de travail du ou des quartiers retenus pour l'expérimentation de « cœurs de quartiers en mouvement »

CONCLUSION

La finalité de cet appel à projets est de mettre en réseau et en lien un ensemble d'acteurs afin d'imaginer une autre façon de commercer dans ces quartiers fragiles afin de les faire vivre.